

функції алгоритму, на основі яких розробляються й створюються управлінські системи.

1. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. – М.: Дело и Сервис, 1999. – 112 с.
2. Альгин А.П. Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989. – 188 с.
3. Стоянова Е. Финансовый менеджмент. Российская практика. – М.: Перспектива, 1995. – 208 с.
4. Вітлінський В.В., Верченко П.І. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком. – К.: КНЕУ, 2000. – 292 с
5. Вітлінський В.В., Верченко П.І., Сігал А.В., Наконечний С.І. Економічний ризик: ігрові моделі. – К.: КНЕУ, 2002. – 446 с.
6. Шумпетер Й. Теория экономического развития. (Исследование предпринимательской прибыли капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.

Отримано 08.01.2008

УДК 338.242

Т.Є.АНДРЕЄВА, канд. екон. наук, О.П.БУТЕНКО, І.В.ПРИХОДЬКО
Харківський державний технічний університет будівництва та архітектури

КЛАСИФІКАЦІЯ ЦІН У РИНКОВИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Узагальнюються визначення поняття «ціна». Розглядається класифікація цін за групами, взаємозв'язок та взаємозалежність всіх елементів ринкового господарського механізму та розкриваються поняття видів цін у ринкових умовах господарювання.

Сучасний стан економічного розвитку країни потребує від українських підприємств проведення аналізу процесів, які відбуваються на ринку, для забезпечення ефективного використання ресурсів і якісного задоволення споживачів. Актуальність поставленої проблеми складається з дослідження видів цін, встановлення яких залежить від виду комерційної діяльності підприємств та умов ринку, на якому воно функціонує.

Метою даної роботи є класифікація цін за групами, взаємозв'язок та взаємозалежність всіх елементів ринкового господарського механізму.

Ціни є засобом встановлення відповідних відносин між підприємствами та споживачами і допомагають у створенні відповідних умов, які можуть вплинути на його розвиток. Вони визначають рентабельність та прибутковість, а відповідно життєздатність господарського суб'єкту, є елементом, що визначає фінансову стабільність підприємства, і є сильнішою зброєю у боротьбі з конкурентами.

У рамках ринкового підходу прийняті наступні визначення:

Ціна – це форма вираження цінності благ, що проявляється в процесі їхнього обміну [1].

У такому формулюванні виділяються два основних аспекти. По-перше, підкреслюється безпосередній зв'язок ціни товару з цінністю, корисністю, яким він володіє, як об'єкт споживання. По-друге, відповідно до такого трактування ціна товару проявляється як економічна сутність тільки в умовах його обміну на гроші або інший товар. Так що поза ринком, без купівлі-продажу про ціну говорити не доводиться, ціну здатний установити тільки ринок.

Ціна – це кількість грошей, яка платиться за одиницю товару [2], це грошове вираження вартості товару [3].

Оскільки ціна обслуговує оборот з реалізації або придбання товарів, то в ціні в однаковій мірі повинні бути враховані інтереси виробника та споживача, що в свою чергу залежить від того де, коли та при яких умовах здійснюється угода.

Не дивлячись на різноманітність, ціни взаємозв'язані між собою. На основі аналізу ціноутворення пропонуємо наступну класифікацію цін за групами (рис.1) та надаємо розкриття основних понять запропонованих класифікаційних груп (таблиця).

Будь-яка ціна містить у собі визначені елементи. При цьому, залежно від виду ціни, склад цих елементів може змінюватись.

Співвідношення окремих елементів ціни, виражене у відсотках або частках одиниці, є її структурою (рис.2).

На відміну від складу ціни, структура ціни – це відсоткове відношення складових елементів ціни в загальному її рівні. Тобто структура ціни характеризує питому вагу її елементів у ціні товару. Так, ціна товару з ПДВ становить 120%, а собівартість відносно до ціни складає, наприклад, 57,7, прибуток – 25,3, ПДВ – 20%.

Із зростанням ринкових тенденцій в економіці з'ясувалось, що далеко не кожне підприємство в змозі правильно встановити ціну, за якою воно хоче продавати свій товар. В умовах ринку ціноутворення є дуже важким процесом і підлягає впливу багатьох факторів. Ще недавно рішення, стосовно цін, приймалися виходячи з витрат виробництва та рентабельності, але роки економічних реформ в Україні змінили стан дій: інфляція, зростання цін на сировину та матеріали, загострення конкуренції, зниження споживчої спроможності [4, 5].

Отже, правильне встановлення ціни, розумна цінова тактика, послідовна реалізація глибоко обдуманого цінової політики підвищують конкурентоздатність та складають компоненти успішної діяльності будь-якого підприємства в жорстких умовах ринкових відносин.

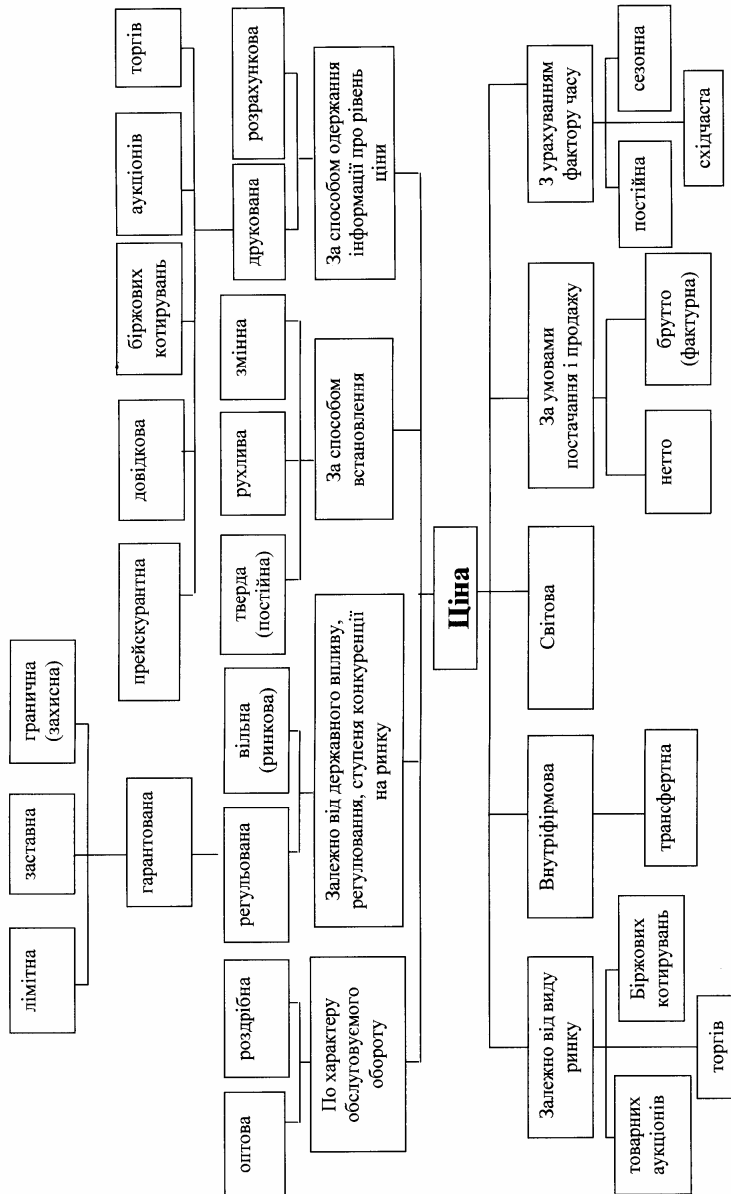


Рис.1 – Класифікація цін за групами

Класифікація цін за групами та розкриття поняття видів цін

Основні групи цін	Види цін	Визначення
1	2	3
По характеру обслуговуємого обороту	Оптові ціни покупки і продажу	ціна, за якою підприємства реалізують зроблену продукцію іншим підприємствам, збутовим організаціям звичайно великими партіями (оптом)
	Роздрібні ціни	це ціни продажу індивідуальному або дрібнооптовому споживачеві, переважно населенню
Залежно від державного впливу, регулювання, ступеня конкуренції на ринку	Вільні ціни (ринкові ціни)	це ціни, які встановлюються виробниками продукції і послуг на основі попиту та пропозиції на даному ринку
	Регульовані ціни	це ціни, які встановлюються відповідними органами керування: Президентом, органами виконавчої влади суб'єктів, органами місцевого самоврядування; або ціна, у відношенні якої органи влади і керування встановлюють які-небудь обмежуючі її умови. Регульовані ціни, у свою чергу, можуть бути гарантовані, що рекомендуються, лімітні, заставні, граничні (захисні) ціни
За способом встановлення, фіксації	Тверді ціни називають ще постійними	це такі ціни, що встановлюються в момент підписання договору і не міняються протягом усього терміну постачання продукції за даним договором. Звичайно в договорі робиться застереження «ціна тверда, зміни не підлягає»
	Рухома ціна	така ціна, коли в договорі передбачено, що ціна, фіксована в момент укладання договору, може бути переглянута надалі, якщо до моменту виконання договору ринкова ціна зміниться (підвищиться або понизиться). У такому випадку повинна змінитися ціна, зафіксована в договорі, про що робиться відповідне застереження
	Змінна ціна	це ціна, обчислювальна в момент виконання договору шляхом перегляду первісної договірної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, за період часу, необхідний для виготовлення продукції (наприклад, коли має місце інфляція, стійка зміна цін на ресурси і т.д.). Змінні ціни встановлюються звичайно на товари з тривалим терміном виготовлення, наприклад складне промислове устаткування, судна
За способом одержання інформації про рівень ціни	Друковані ціни	це ціни, що повідомляються в спеціальних і фірмових джерелах інформації. До друкованих цін відносяться: довідкові і прейскурантні ціни, біржові котирування, ціни аукціонів
	Довідкові ціни	це ціни, друковані в різних друкованих виданнях. Джерелами довідкових цін є економічні газети і журнали, спеціальні бюлетені, фірмові каталоги, прейскуранти
Залежно від виду ринку	Ціни товарних аукціонів	ціни аукціонів — це ціни публічного продажу по максимально запропонованому рівню на попередньо оглянуту покупцем партію товарів (лот)
	Біржові котирування	являють собою ціни спеціально організованого і, на відміну від аукціонів, постійно діючого ринку масових, якісно однорідних, взаємозамінних товарів
	Ціни торгів	це ціни особливої форми спеціалізованої торгівлі, що заснована на видачі замовлень на постачання товарів або одержання підрядів на виробництво визначених робіт із заздалегідь оголошеного в спеціальному документі (тендері) умовам, що припускає залучення до визначеного терміну на принципах конкуренції пропозицій від декількох виробників з метою забезпечення найбільш вигідних умов угоди для її організаторів
З урахуванням фактору часу	Постійна ціна	ціна, термін дії якої заздалегідь не визначений
	Сезонна ціна	ціна, термін дії якої визначений
	Східчаста ціна	ряд послідовно знижуваних цін на продукцію в заздалегідь обумовлені моменти часу за попередньо визначеною шкалою

Продовження таблиці

1	2	3
Внутрішньо-фірмові ціни	Трансферні ціни	це ціни, які застосовуються в межах фірми, при реалізації продукції між підрозділами фірми, а також різних фірм, але вхідних в одну асоціацію. Трансферні ціни є різновидом оптової ціни. Трансферні ціни одержали широке поширення в господарському обороті в капіталістичних країнах, у тому числі при обміні товарами і послугами в рамках міжнародних монополій, а також у рамках транснаціональних компаній
За умовами постачання і продажу	Нетто	ціна на місці купівлі-продажу
	Брутто (фактурна ціна)	визначається з урахуванням умов купівлі-продажу (виду і розміру по товарних податків, наявності і рівня знижок, виду «франко» і умови страховки)
Світові ціни	Світові ціни	це ціни, по яких проводяться великі експортні й імпорتنі операції, що досить повно характеризують стан міжнародної торгівлі конкретними товарами. Світовими вважаються ціни, якщо дотримуються наступні умови: 1) це ціни великих експортних або імпорتنих угод, діючих на ведучому ринку відповідного товару; 2) угод, що носять регулярний характер; 3) угод, що передбачають платежі у вільно конвертованій валюті

Собівартість продукції	Прибуток підприємства	Акциз (по підкацизних товарах)	ПДВ	Постачальницько-збутова надбавка	Торгівельна надбавка
Оптова ціна підприємства без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства без ПДВ					
Відпускна ціна підприємства з ПДВ (покупна ціна оптового посередника)					
Продажна ціна оптового посередника (покупна ціна підприємства торгівлі)					
Роздрібна ціна					

Рис.2 – Склад і структура ціни

- 1.Слепнева Т.А., Яркін Е.В. Цены и ценообразование. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 192 с.
- 2.Курс економіки: 3-е изд., доп. / Под ред. Б.А.Райсберга. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 296 с.
- 3.Шкварчук Л.О. Ціни і ціноутворення. – К.: Кондор, 2003. – 11 с.
- 4.Економіка підприємства / Под ред. Е.Л.Кантора. – СПб., 2002. – 174 с.
- 5.Про ціни і ціноутворення: Закон України від 3 грудня 1990 р.
- 6.Цены и ценообразование / Под ред. И.К.Салимжанова. – М.: Финстатинформ, 2003. – 304 с.
- 7.Шуляк П.Н. Ценообразование. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., 2001. – 216 с.
- 8.Економіка підприємства / За ред. В.С.Рижикова. – К., 2004. – 204 с.

Отримано 15.01.2008